

3

biuletyn
informacyjny
urzędów pracy
województwa
podlaskiego

Projekt „Promocja
Rynku Pracy” w ramach
Programu Operacyjnego
Kapitał Ludzki

Informacja
w zasięgu
Internetu
str. 10

LUTY 2010

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

str. 3

Mechanizmy rekrutacji

CZŁOWIEK – NAJLEPSZA INWESTYCJA

DRODZY PAŃSTWO!



Janina Mironowicz
Dyrektor Wojewódzkiego
Urzędu Pracy w Białymstoku
kontakt: sekretariat
@wup.wrotapodlasia.pl

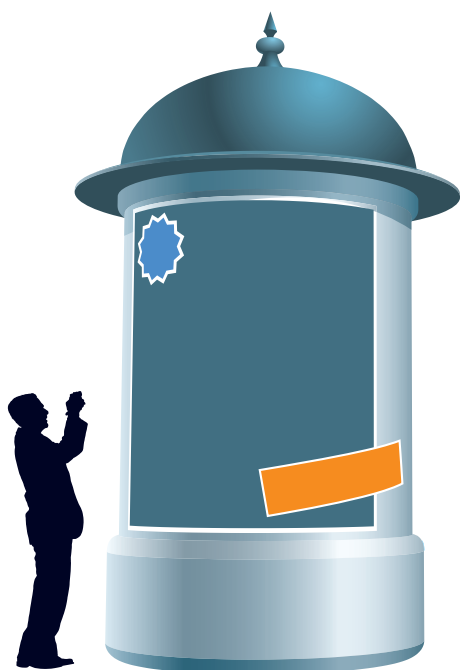
Pierwsze miesiące roku są zwykle czasem sprzyjającym systematyzacji podejmowanych działań – również tych związanych z poszukiwaniem pracy lub pracownika. W tym numerze Biuletynu przygotowaliśmy dla Państwa szereg wskazówek dotyczących pierwszego etapu działań. Zapraszam do zapoznania się z obszernymi materiałami na temat mechanizmów rekrutacji.

Jako pracodawcy dowiecie się Państwo, jaki sposób pozyskania pracownika jest najkorzystniejszy i najefektywniejszy dla Waszej firmy, a także co zrobić, aby przy jednoczesnej eliminacji zbędnych kosztów pozyskać osoby, które zapewnią firmie rozwój. Tym z Państwa, którzy wybierają się w najbliższej przyszłości na rozmowę kwalifikacyjną, polecam wywiad z Tomaszem Wiśniewskim, zajmującym się na co dzień pozyskiwaniem pracowników. Warto wiedzieć zwłaszcza czego nie robić w trakcie rozmowy o pracę i jak się do niej najlepiej przygotować.

Jak Państwo na pewno zauważyli, w każdym numerze zamieszczamy opracowane przez Urząd Pracy statystyki dotyczące poziomu i rodzaju bezrobocia w naszym województwie. Obecnie przedstawimy całościową analizę roku 2009. Są to informacje ważne, gdyż bezpośrednio dotyczą podlaskiego rynku pracy.

Niezmiennie też będziemy Państwa zachęcać do korzystania z internetowych baz danych i opracowań przygotowywanych przez naszych pracowników. Biuletyn, który mają Państwo w rękach jest wydawany również w formie elektronicznej, aby zapewnić dostęp do informacji każdemu z odbiorców. W tym numerze wyjaśniamy krok po kroku, jakich informacji mogą Państwo szukać na stronach Podlaskiego Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych. Zapraszam do lektury.

Janina Mironowicz
Dyrektor Wojewódzkiego
Urzędu Pracy w Białymstoku



Mechanizmy rekrutacji	3
Uwaga! Rozmowa kwalifikacyjna.....	6
Pomoc w aktywnym poszukiwaniu pracy	9
Informacja w zasięgu Internetu	11
Czy można dobrze zareklamować się na papierze	14
Sytuacja na podlaskim rynku pracy w 2009 r.	16



MECHANIZMY REKRUTACJI

W literaturze fachowej, zarówno polskiej jak i zagranicznej, występuje stosunkowo wiele terminów związanych z określaniem procesów i czynności, mających na celu wzrost zatrudnienia w zakładzie pracy. Do najczęściej występujących pojęć należą: zatrudnianie, rekrutacja, nabór, selekcja i dobór kadry. Celem tego artykułu jest przybliżenie tych pojęć oraz wskazanie etapów, jakie musi przejść każdy kandydat, aby znaleźć zatrudnienie.

Proces zatrudniania z perspektywy pracodawcy

Zatrudnianie jest funkcją zarządzania każdej organizacji, obejmującą całokształt procesów i działań odpowiednio przygotowanych pracowników, ewentualnie osób czy instytucji zewnętrznych, współpracujących z daną organizacją, a mających na celu przyrost zatrudnienia. Na zatrudnianie składa się proces rekrutacji oraz fazy poprzedzające rekrutację, czyli analiza kosztów pracy, w szczególności kosztów zatrudnienia, analiza obciążeń stanowiska pracy oraz wprowadzenie do pracy (adaptacja) wraz z ewentualnymi szkoleniami wstępnymi, np. szkoleniem BHP [2: 14-17].

Często zaniebdywane w praktyce, a niezwykle istotne, są czynności poprzedzające zatrudnianie. Należą do nich różnego typu analizy, będące postawą podjęcia decyzji o potrzebie zwiększania zatrudnienia. Jedną z nich może być analiza wykonana w trzech podstawowych obszarach [1: 14-17]:

– analiza obciążeń na projektowanym stanowisku pracy oraz analiza zakresu czynności i obowiązków;

– analiza kosztów zatrudnienia i motywacyjna analiza porównawcza kosztów pracy na innych sąsiadujących stanowiskach pracy oraz

– analiza społecznego środowiska pracy z punktu widzenia więzi formalnych oraz grup i więzi nieformalnych.

Najczęściej wskazuje się na następujące etapy procesu zatrudnienia [1: 13]:

- 1) określenie zapotrzebowania na pracowników (ilościowe i jakościowe);
- 2) ustalenie – na podstawie analizy pracy – zakresu wymagań (zadań, odpowiedzialności itd.) na stanowiskach przeznaczonych do obsady;
- 3) stworzenie profilu zawodowego i osobowościowego kandydata;
- 4) ustalenie kryteriów selekcji kandydatów (wymagania formalne, cechy krytyczne itd.);
- 5) wybór źródeł rekrutacji (wewnętrzne, zewnętrzne);
- 6) wybór adekwatnych do źródła form rekrutacji (ogłoszenia w gazecie, targi pracy itd.);
- 7) przygotowanie narzędzi rekrutacji (konstruowanie ogłoszeń, przygotowywanie materiałów informacyjnych o firmie, szkolenie osób rekrutujących, itd.);
- 8) przeprowadzenie kampanii rekrutacyjnej;
- 9) ustalenie procedury selekcyjnej;
- 10) przeprowadzenie selekcji kandydatów;
- 11) podjęcie decyzji o zatrudnieniu wybranego kandydata.

Jednak, aby proces zatrudnienia był efektywny, czyli faktycznie zapewniający maksymalne dopasowanie cech pracownika i stanowiska pracy, niezbędne jest poszerzenie powyższej procedury >>>



Tekst: mgr Anna Tarasik

Przydatne adresy internetowe:
www.jobpilot.pl



o tak zwany „wymiar ludzki” – czyli stosunek osób przeprowadzających rekrutację do kandydata oraz ułatwienie mu wejścia w rolę organizacyjną poprzez adaptację (wprowadzenie do pracy). Jak bowiem wynika z doświadczeń zarówno przedsiębiorstw, jak i ich pracowników, dopiero fachowe dopełnienie tego ostatniego warunku „uruchamia” potencjał kwalifikacji pozyskanego pracownika: jest przekładnią między teoretycznie zdefiniowanymi możliwościami pracownika a jego rzeczywistym wkładem.

Rodzaje rekrutacji

Rekrutacja jest jednym z podstawowych zadań polityki personalnej każdego przedsiębiorstwa i każdej instytucji. Odnosi się ona do nowych pracowników i obejmuje wszystkie czynności wyspecjalizowanych działów (kadrowych), od zamieszczenia ogłoszenia, do formalnego przyjęcia do pracy [3: 88]. Od zatrudnienia różni się czynnościami przed- i porekrutacyjnymi, należącymi do zatrudniania, a niebędącymi elementami procesu rekrutacji. Istnieje kilka podziałów rekrutacji w zależności od stosowanych kryteriów. Stąd wyróżniamy rekrutację ogólną (szeroką) i segmentacyjną (segmentową), a według innego podziału: rekrutację wewnętrzną, zewnętrzną i mieszaną (pośrednią) [2: 17].

Rekrutacja ogólna (szeroka) polega na kierowaniu ofert zatrudnienia na tak zwany szeroki rynek pracy. Stosuje się ją wówczas, gdy firmie zależy na pozyskaniu jak największej liczby potencjalnych kandydatów na pracowników, bez konkretyzowania określonej grupy, do której w szczególności adresowana jest oferta pracy. Dzieje się tak najczęściej przy poszukiwaniu pracowników na szeregowe (wykonawcze) stanowiska pracy.

Rekrutacja segmentacyjna (segmentowa) kierowana jest do określonego segmentu rynku pracy czyli tylko do pewnej grupy potencjalnych kandydatów, posiadających określone cechy, kompetencje i kwalifikacje. Ten rodzaj rekrutacji jest stosowany przy poszukiwaniu pracowników na stanowiska wyższego szczebla: samodzielne, kierownicze i specjalistyczne. W tym przypadku oferta pracy powinna być tak sformułowana, aby jej odbiorcy uznali ją za atrakcyjną, dlatego też komunikat firmy nie może być ogólnikowy i bezosobowy. Koszty takiej rekrutacji są znaczne.

Rekrutacja wewnętrzna oznacza preferowanie – przy obsadzie wakuującego stanowiska pracy – pracowników aktualnie zatrudnionych w danej organizacji. Oferta zatem sprowadza się do awansu lub przesunięcia pracownika na wakuujące stanowisko, do obsady którego prowadzą dwie drogi [4: 28]:

- 1) arbitralne wskazanie kandydata w oparciu o dostępne informacje o pracownikach (audyt, wyniki pracy, opinie przełożonych, osiągnięcia);
- 2) zorganizowanie konkursu wewnętrznego, według ustalonych zasad, jawnych i podanych do wiadomości ewentualnych kandydatów.

Niektóre firmy preferują rekrutację wewnętrzną, jako mniej kosztowną, bardziej skuteczną i nie wymagającą badań psychologicznych. Dzięki temu wzrasta poczucie więzi z organizacją osób już zatrudnionych. **Rekrutacja zewnętrzna** oznacza kierowanie oferty pracy do osób spoza danej organizacji, z uwagi na brak określonego kandydata o niezbędnej wiedzy i umiejętnościach wewnątrz. Należy jednak pamiętać, iż zbyt częste uciekanie się do poszukiwań zewnętrznych, świadczy o niewłaściwej polityce personalnej w firmie, która powinna zapewniać dobre funkcjonowanie konkretnych mechanizmów rozwoju zawodowego i awansów [4: 28-29].

Natomiast **rekrutacja mieszana** oznacza brak preferencji dla którejkolwiek z obu powyższych grup (wewnątrz i na zewnątrz organizacji) przy obsadzie wakuującego stanowiska pracy.

Zalety

W polskiej praktyce częściej stosowana jest metoda rekrutacji wewnętrznej, głównie z uwagi na istotne jej zalety, do których między innymi można zaliczyć [2: 14-17]:

- silne oddziaływanie motywacyjne na osoby już zatrudnione w firmie (możliwość awansu);
- niskie koszty rekrutacji (zdecydowanie niższe niż przy rekrutacji zewnętrznej);
- zdecydowanie mniej skomplikowaną procedurę rekrutacji, którą często można przeprowadzić w krótszym czasie niż przy rekrutacji zewnętrznej oraz bez korzystania z pomocy zewnętrznych konsultantów, co jest mniej kosztowne;
- występowanie wzajemnej „znajomości”, co oznacza, iż potencjalny pracownik zna zakład pracy i jego specyfikę (często również stanowisko pracy, na którym będzie pracował), zaś kadra kierownicza zakładu pracy zna pracownika, jego walory, osiągnięcia i słabości, a przez to może nim łatwiej i skuteczniej pokierować dla dobra zakładu pracy oraz jego dalszej kariery;
- proces adaptacji do pracy jest krótki (niekiedy wcale nie występuje), bowiem współpracownicy znają charakter i sposób pracy pracownika na nowym stanowisku pracy.

Wady

Jednak nie wolno zapominać o wadach rekrutacji wewnętrznej, która nie zawsze jest możliwa z powodu braku odpowiednio wykwalifikowanego personelu, oraz która może prowadzić do „starzenia się organizacji” w wyniku braku dopływu nowego potencjału pracowniczego. Wiąże się z tym również powielanie dotychczasowych rozwiązań, czy brak kreatywności, jak również nadmierna stabilizacja w organizacji. Powyższe powody sprawiają, że zakłady pracy o dużej innowacyjności, czasem też zmierzające do poprawy struktury zatrudnienia (np. na drodze „odmłodzenia”), poszukują pracowników głównie poprzez rekrutację zewnętrzną.



Literatura:

1. Jamka B., Dobór zewnętrzny i wewnętrzny pracowników. Teoria i praktyka, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2001
2. Paszkowski J., Proces zatrudnienia – pojęcia podstawowe, „W kręgu nauki i biznesu”, grudzień 1997
3. Ratajczak Z., Psychologia pracy i organizacji, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008
4. Suchar M., Rekrutacja i selekcja personelu, Wydawnictwo CH BECK, Warszawa 2003



Na proces rekrutacji składają się: nabór, selekcja i dobór.

Nabór kandydatów

Celem naboru jest umożliwienie dotarcia do danej organizacji możliwie dużej liczby ofert kandydatów, przy wykorzystaniu określonych źródeł naboru.

Do podstawowych źródeł naboru kandydatów przy rekrutacji zewnętrznej i mieszanej należą:

- 1) informacja wśród już zatrudnionych o planowanym wzroście zatrudnienia (najlepiej wśród pracowników danego działu, komórki organizacyjnej);
- 2) wywieszka lub ogłoszenie umieszczone w widocznym miejscu (najczęściej szyba, drzwi);
- 3) strona internetowa pracodawcy;
- 4) ogłoszenia w środkach masowego przekazu (prasa, radio, telewizja, Internet);
- 5) urzędy pracy, punkty pośrednictwa pracy oraz agencje pracy;
- 6) firmy konsultingowe, firmy doradztwa personalnego;
- 7) szkoły i instytucje oświatowe;
- 8) specjalistyczne organizacje, stowarzyszenia profesjonalne i organizacje środowiskowe, instytucje szkoleniowe i doksztalceniowe, szczególnie gdy posiadają one banki informacyjne, np. o osobach przeszkolonych;
- 9) znajomi, rodzina, krewni i protegowani;
- 10) leasing pracowniczy;

11) targi pracy, konferencje i seminaria branżowe i inne niekonwencjonalne źródła, np. dni otwartych drzwi, konkursy, itp.

Przy naborze wewnętrznym (poprzez awanse i rotacje) korzysta się najczęściej z ogłoszeń wewnętrznych (zamieszczanych w gazetkach zakładowych, poczcie elektronicznej, na tablicach ogłoszeń) oraz z planów następstw (księgi sukcesorów), planów rotacji, planów karier pracowników, księgi kadry kierowniczej i kadry rezerwowej itd. Z kolei przy naborze zewnętrznym pracowników poszukuje się poprzez bank danych przedsiębiorstwa czyli aplikacje i inne informacje dotyczące odrzuconych, ale wartościowych kandydatów.

W ostatnich latach wzrasta też rola Internetu i dostępu do jego przestrzeni w celu zagospodarowania przez organizacje składające oferty pracy. Mówi się, że Internet na przestrzeni ostatnich kilkunastu lat zyskał miano najefektywniejszego narzędzia usprawniającego pracę firm. Obecnie sieć stwarza nowe możliwości kształtowania wizerunku i prezentacji pracodawców oraz staje się najważniejszym instrumentem rekrutacji. Stworzono użyteczne narzędzie, zwane Instant Hosting, które może służyć jako narzędzie rekrutacji, oferowane przez Europejski Serwis Pracy: www.jobpilot.pl. Uważa się, że interaktywny charakter sieci sprawia, iż e-rekrutacja przynosi więcej korzyści zarówno pracodawcom, jak i kandydatom, aniżeli oferta przekazywana tradycyjnie.

Wywiad

UWAGA! ROZMOWA KWALIFIKACYJNA



Rozmowa z Tomaszem Wiśniewskim, regionalnym kierownikiem personalnym w Żywiec Sprzedaż i Dystrybucja, części Grupy Żywiec, który obsługuje 15 oddziałów w regionie północnej Polski.



Rozmawia: dr Dorota Frasukiewicz, Adiunkt w Wyższej Szkole Finansów i Zarządzania w Białymstoku
kontakt z autorem: dorota.frasunkiewicz@wsfiz.edu.pl

Dorota Frasukiewicz: Kandydaci starający się o pracę zawsze składają CV, listy motywacyjne, w których zawarte są wszystkie istotne informacje o nich. Czemu służy zatem stresująca kandydata rozmowa kwalifikacyjna?

Tomasz Wiśniewski: Kandydaci składają aplikacje, które czasami nie mają wiele wspólnego z rzeczywistością (czyli z doświadczeniami kandydata) i rzeczywistością firmową (a więc oczekiwaniami kandydata). Celem rozmowy jest sprawdzenie, czy możemy się spotkać po środku, to znaczy połączyć oczekiwania kandydata i pracodawcy z możliwościami pracodawcy. Może się bowiem okazać, że kandydat, który ma wysokie kompetencje nie zostanie zatrudniony, bo na przykład będzie za drogi. Na dziś w Polsce, w 99 procentach ogłoszeń o pracę, nie pojawia się informacja o tym, jaki jest budżet na dane stanowisko. Nie jest to jeszcze standardem, chociaż informacja o wysokości płacy zaczyna już występować w ogłoszeniach. Dlatego rozmowa daje obydwu stronom możliwość dyskusji także na ten temat. Te i inne różnice pomiędzy oczekiwaniami obydwu stron mogą, a z pewnością powinny ujawnić się podczas rozmowy kwalifikacyjnej.

Czy zdarza się, że kandydaci podają w CV nieprawdziwe informacje na swój temat? Czy w jakiś sposób weryfikują Państwo informacje zawarte w życiorysach i listach motywacyjnych kandydatów?

Niestety, zdarza się to bardzo często. Trzeba jasno powiedzieć, że pewne informacje można bardzo łatwo zweryfikować podczas rozmowy. Chodzi tu o tak

zwane informacje twarde, jak prawdziwość kandydata w bardzo konkretnym kontekście. Jeżeli ktoś w dokumentach napisze, że bardzo dobrze zna angielski, a my akurat wymagamy znajomości angielskiego, to osoba przeprowadzająca rozmowę nie bierze na wiarę takiej informacji zawartej w CV, ale to sprawdza. Ja zawsze w takim przypadku przechodzę w trakcie rozmowy na angielski i rozmawiamy w tym języku przez dłuższą chwilę. Oczywiście, na rozgrzewkę można poprosić, aby kandydat powiedział coś o sobie, o swojej rodzinie, ale miejmy świadomość, że kandydat może tego typu wypowiedzi nauczyć się na pamięć. Jeżeli kandydat jest sprytny a osoba rekrutująca spyta tylko o to, wówczas kandydat bez trudu mógłby przejść przez taką rozmowę. Jednak nie pokaże ona jego rzeczywistych umiejętności. Dlatego, po takiej wstępnej wymianie zdań, z reguły zadaję niestandardowe pytania i polecenia.

Jak na przykład prośbę o zredagowanie listu w języku angielskim?

Oczywiście. Swego czasu, kiedy pracowałem w oddziale firmy Philips w Kętrzynie, gdzie wymóg biegłej znajomości, czyli swobodnej komunikacji w języku angielskim był zawsze istotny, to dawaliśmy kandydatom studia przypadku, które były napisane po angielsku. Nic zatem nie trzeba było redagować, ale zrozumieć opisany przypadek i dać zalecenia rozwiązania tego konkretnego przypadku. To od razu weryfikowało umiejętności kandydata. Nie ukrywam, że bardzo źle jest oceniany kandydat, który w dokumentach pisze o biegłej znajomości języka, a kiedy w trakcie rozmowy pada pytanie po angielsku, zaczyna tłumaczyć się – oczywiście po polsku – że tego języka



dawno nie używał lub go po prostu nie zna. Wielokrotnie spotykałem się z tego typu sytuacją w mojej karierze. Niektórzy kandydaci próbują nawet ratować się pytaniami „co to znaczy biegła znajomość?”, ale jestem przekonany, że bazując na powszechnym pojmowaniu tego słowa, każdy wie o jaki poziom chodzi. Znajomość języka można też zweryfikować telefonicznie. Szczególnie w sytuacjach, kiedy ten wymóg jest absolutnie konieczny, a kandydaci byli z odległych części Polski, wówczas, aby zaoszczędzić im trudu podróży i kosztów, tak właśnie sprawdzałem ich poziom znajomości języka. Dzięki telefonicznej weryfikacji nie tylko oszczędzane są koszty podróży kandydatów, ale też i proces rekrutacji jest szybszy. Jest jeszcze jedna kwestia. Jeżeli kandydat przejechał przez pół Polski i odpadł właśnie z powodu słabej znajomości języka, chociaż w CV wskazywał biegłą znajomość, wówczas, pomimo iż to jego „wina”, niewiele dobrego powie o danej firmie, pamiętając poświęcony czas i koszty. A to też jest ważne, ponieważ poza celem selekcyjnym, kiedy porównujemy to, co kandydaci oferują, ważny jest jeszcze aspekt poznawczy czy promocyjny.

Bardzo często pokazywałem kandydatom firmę, tak aby wyjeżdżając z niej wiedzieli, że produkuje ona na przykład bardzo nowoczesne produkty lub jest dobrze zorganizowana. Ważne jest, aby kandydaci, którzy nie zostali finalnie zakwalifikowani – a nigdy nie zapraszam na rozmowę kandydatów, którzy nie spełniają wymogów kwalifikacyjnych – opuścili firmę z przekonaniem, że uczestniczyli w czymś ciekawym, żeby spotkanie, jeśli nie kończy się ich wyborem do pracy w tej firmie, mogło mieć dla nich również wartość dydaktyczną.

Czy takie poznawanie firmy ma miejsce po rozmowie kwalifikacyjnej, aby post-wrażenie było dobre, czy przed rozmową, aby stworzyć dobrą atmosferę do rozmowy?

To zależy od sytuacji. Jeżeli rozmowy trwają przez cały dzień, a kandydaci przyjeżdżają z daleka, wówczas w czasie, gdy pierwszy kandydat odbywa rozmowę, następny może być oprowadzony po firmie. Jednak z reguły lepiej jest pokazać firmę na koniec rozmowy, dlatego że istotną, chociaż dodatkową, składową oceny kandydata jest jego przygotowanie do rozmowy. Elementem tego przygotowania jest wiedza kandydata o firmie. Jeżeli pokażemy skalę firmy i to, co produkujemy przed rozmową, to wiedzę o firmie kandydat wynosi z takiej „wycieczki”. W tym miejscu mogę podpowiedzieć przyszłym kandydatom, iż zwykle osoby rekrutujące oceniają, czy starający się o pracę wie, do jakiej firmy aplikuje. Oceniający też może lepiej patrzeć na kandydata, który jest świadomy, gdzie trafił i który udowadnia, że wybór konkretnie tej firmy nie był przypadkowy.

To jest chyba oczywiste. Skoro staram się o pracę, to wiem, gdzie składam dokumenty i gdzie zgłaszam się na rozmowę kwalifikacyjną.

Niestety, nie jest to tak oczywiste. Muszę powiedzieć, że niejednokrotnie byłem bardzo rozczarowany, gdy nawet lokalni kandydaci nie mieli takiej wiedzy. Wydawać by się mogło, że w małej społeczności, gdzie są trzy firmy, z czego jedna duża i rozpoznawalna, wszyscy doskonale wiedzą, co ta firma produkuje, czy ilu zatrudnia pracowników. To tylko pozornie >>>

jest powszechna wiedza. Otóż okazuje się, że kandydaci z tej miejscowości nie znali takich podstawowych faktów, pomimo że ta wiedza była dostępna nie tylko na stronach internetowych firmy, ale także w ich bezpośrednim otoczeniu, np. w ich rodzinie. Niezależnie jednak, czy firma jest z małej czy dużej miejscowości, warto wiedzieć o niej jak najwięcej.

Jakie błędy najczęściej popełniają kandydaci w trakcie rozmowy kwalifikacyjnej?

Szereg błędów można tu wyliczyć. Zaczniemy od początku spotkania. Błędem jest niepunktualność, która może burzyć grafik spotkań z kandydatami. Nawet jeśli w ogłoszeniu nie ma wymogu punktualności, powinna ona być elementem kultury osobistej kandydata i jako taka także podlega ocenie. Oczywiście, zdarzają się wypadki losowe, ale nawet wtedy warto się z firmą skontaktować. Jeżeli w ogłoszeniu nie ma podanego numeru telefonu, to jadąc do konkretnej firmy, możemy sprawdzić jej numery telefonów w Internecie, tak aby w razie konieczności móc się skontaktować i uprzedzić. Spóźniony kandydat może być z miejsca w gorszej sytuacji od innych.

Po drugie, zdarzali mi się kandydaci, na przykład informatycy, którzy przyjeżdżali na rozmowę kwalifikacyjną ubrani – kolo-kwialnie mówiąc

– „na luzie”: w sandałach, w niewyprasowanym t-shirtcie. Oczywiście nie każdego musi być stać na garnitur od Armaniego, ale jego strój musi sprawiać estetyczne wrażenie. Musi wyglądać schludnie, tak aby było widać, że spotkanie jest specjalną okazją, na którą kandydat przybył.

Kardynalnym błędem jest „koloryzowanie” życiorysów, często wynikające z desperackiego poszukiwania pracy. Są kandydaci wprawieni w rozmowach kwalifikacyjnych, którzy potrafią bardzo sprawnie prezentować się i omamić nawet doświadczonego rekrutera, jednak nawet jeżeli zostaną oni zatrudnieni, to ich przydatność zawodową zweryfikuje sama praca. Kandydat może więc zrobić szkodę nie tylko firmie, ale i samemu sobie, ponieważ szybko wyjdzie na jaw jego nieprzydatność na danym stanowisku. Uzyskana praca może go przerastać i trudno mu będzie sprostać oczekiwaniom albo też to on może przerastać pracę, a wtedy szybko się nią znudzi i sam zrezygnuje.

W gronie kandydatów zdarzają się osoby otwarte, które z łatwością mówią o sobie. Jednak są przecież ludzie nieśmiali, zamknięci w sobie, którym trudno jest pokonać stres towarzyszący rozmowie. Czy nieśmiali kandydaci są na straconej pozycji?

Są osoby, od których nawet doświadczony rekruter nie jest w stanie wydobyć pożądaných informacji. Jednak każdy kandydat powinien mieć świadomość, że w rozmowie kwalifikacyjnej to on musi więcej mówić niż osoba, która zadaje mu pytania. Dlatego, chociaż może nie zabrzmi to najlepiej, kandydat musi się „dobrze sprzedać”. Wiadomo, że taka rozmowa jest stresująca. Często dla obu stron. Z tego powodu warto na początku rozmowy zadawać pytania „rozluźniające” atmosferę, tak aby stworzyć optymalną atmosferę do wymiany informacji w dalszej części spotkania. Celem rozmowy kwalifikacyjnej nie jest bowiem stresowanie kandydata, chyba że taka byłaby praca na stanowisku, na które aplikuje, tylko uzyskanie od niego jak najwięcej informacji, aby maksymalnie zobiektywizować wybór pracownika na stanowisko.

Wracając do „nieśmiałych” kandydatów, czasami wspomniane zwiedzanie firmy może być pomocne w otwarciu go. Zdarza się, że osoba, która ma problem z otwartą komunikacją podczas rozmowy (często tak jest z kandydatami, na techniczne stanowiska) po zwiedzeniu hali produkcyjnej może mieć mnóstwo pomysłów i szkoda byłoby stracić jej potencjał.

Dziękuję za rozmowę.



POMOC W AKTYWNYM POSZUKIWANIU PRACY

Pomoc w aktywnym poszukiwaniu pracy polega przede wszystkim na przygotowywaniu bezrobotnych i poszukujących pracy do lepszego radzenia sobie w staraniach o podjęcie zatrudnienia. Proces polega w szczególności na szkoleniach w zakresie umiejętności poszukiwania pracy (Klub Pracy), zajęciach aktywizacyjnych dla osób bezrobotnych i poszukujących pracy oraz umożliwieniu dostępu do informacji i elektronicznych baz danych służących uzyskaniu umiejętności poszukiwania pracy i samozatrudnienia. Zgodnie z Ustawą z dnia 20 kwietnia 2004 roku o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy oraz rozporządzeniem Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 2 marca 2007 roku w sprawie standardów usług rynku pracy Powiatowy Urząd Pracy realizuje zadania w zakresie pomocy w aktywnym poszukiwaniu pracy.

Szkolenie w zakresie aktywnego poszukiwania pracy

Ma na celu pomoc uczestnikom w znalezieniu zatrudnienia, poprzez przygotowanie ich do umiejętnego i aktywnego poszukiwania. Przygotowanie i wspieranie zainteresowanych aktywnym poszukiwaniem pracy obejmuje zarówno elementy treningu osobistego (np. planowanie rozwoju, analizę silnych i słabych stron), jak i treningu umiejętności przydatnych podczas poszukiwania zatrudnienia (np. sporządzanie dokumentów aplikacyjnych). Udział w szkoleniu daje okazję do wymiany doświadczeń oraz nabycia nowej wiedzy. Szkolenie jest skierowane do osób bezrobotnych lub poszukujących pracy, a w szczególności do osób, które:

- nie posiadają doświadczenia w poszukiwaniu pracy;
- utraciły motywację do poszukiwania pracy w związku z długotrwałym niepowodzeniem w jej poszukiwaniu;
- chcą powrócić na rynek pracy po długim okresie braku aktywności zawodowej.

Podczas szkolenia wykorzystywane są różnorodne metody szkoleniowe, takie jak dyskusja w grupach, tzw. „burza mózgów”, indywidualne prezentacje czy ćwiczenia w parach. Szkolenie trwa trzy tygodnie (łącznie 55 godzin różnych zajęć). Pierwszym etapem są zajęcia prowadzone metodą warsztatów szkoleniowych (40 godzin), realizowane w ciągu dziesięciu dni roboczych. Część druga natomiast, to praktyczne poszukiwanie pracy realizowane w ciągu pięciu kolejnych dni robo-

czych oraz 15 godzin wspólnych spotkań, których celem jest wymiana i omówienie doświadczeń oraz wzajemna pomoc i wsparcie w trakcie poszukiwania pracy. Skierowanie na szkolenie poprzedza rozmowa z doradcą zawodowym. Zajęcia prowadzone są przez Lidera Klubu Pracy w grupie liczącej do 14 osób. Udział w szkoleniu jest bezpłatny. Bezrobotnemu w okresie odbywania szkolenia przysługuje stypendium finansowane ze środków Funduszu Pracy oraz możliwość ubiegania się o zwrot kosztów dojazdu.

Zajęcia aktywizacyjne

To krótkie jedno- lub trzydniowe spotkania grupowe, których celem jest nabycie wybranych umiejętności potrzebnych do samodzielnego poszukiwania pracy. Zajęcia kierowane są do osób bezrobotnych i poszukujących pracy ze szczególnym uwzględnieniem młodzieży wkraczającej na rynek pracy oraz osób długotrwale bezrobotnych, mających trudności z powrotem do pracy zawodowej.

Prowadzone są w formie warsztatowej dla grup liczących do 16 osób. Opierające się na grupowej współpracy z klientem warsztaty aktywnego poszukiwania pracy prowadzone są przez Lidera KP.

Udział osób bezrobotnych lub poszukujących pracy w zajęciach aktywizacyjnych jest dobrowolny i może być poprzedzony rozmową z doradcą zawodowym, pośrednikiem pracy bądź specjalistą do spraw rozwoju zawodowego w celu określenia tematyki zajęć, w jakich powinna uczestniczyć zainteresowana osoba (zakres tematyczny, forma i czas uzależnione są każdorazowo od potrzeb uczestników). Ponadto Lider Klubu Pracy prowadzi zapisy na poszczególne zajęcia.

Informacje na temat organizowanych zajęć aktywizacyjnych umieszczane są na tablicy ogłoszeń i stronie internetowej Powiatowego Urzędu Pracy oraz ulotkach informacyjnych.

Uczestnictwo w zajęciach aktywizacyjnych zakłada:

- poznanie sytuacji na lokalnym rynku pracy;
- poznanie różnorodnych metod poszukiwania pracy;
- zdiagnozowanie własnych umiejętności i predyspozycji zawodowych;
- zdobycie umiejętności redagowania profesjonalnych dokumentów aplikacyjnych (życiorys zawodowy, >>> list motywacyjny);



Tekst: Agata Jarzabek
PUP w Wysokiem Mazowieckiem
kontakt z autorem:
agata.jarzabek
@pup-wysokiemazowieckie.pl

przydatny adres:
www.zielonalinia.gov.pl

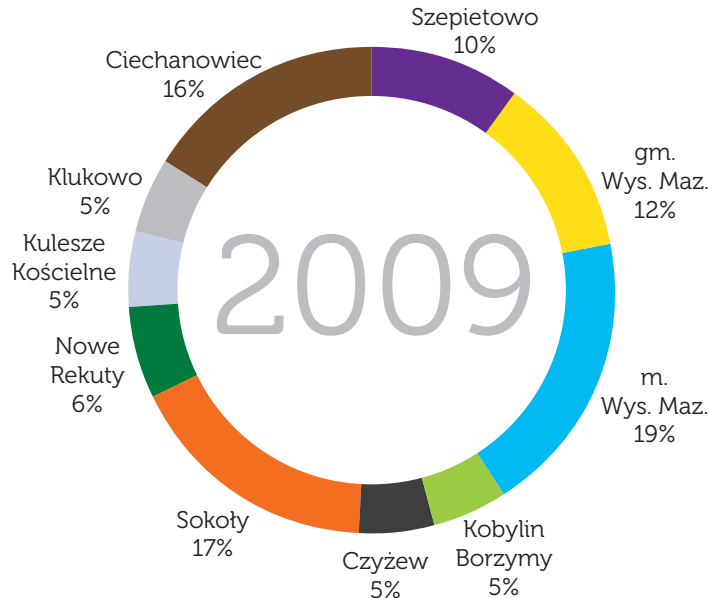


- przygotowanie do rozmowy kwalifikacyjnej;
- poznanie technik autoprezentacji i komunikacji pomocnych podczas rozmowy kwalifikacyjnej;
- poznanie zasad asertywności przydatnych w kontaktach zawodowych;
- poznanie sposobów radzenia sobie ze stresem.

W okresie od stycznia do grudnia 2009 roku w Powiatowym Urzędzie Pracy w Wysokim Mazowieckim zorganizowano 19 spotkań z zakresu aktywnego poszukiwania pracy. Uczestnikami zajęć były 152 osoby, w tym 64 kobiety.

Procentowy udział uczestników zajęć z różnych gmin województwa przedstawia się następująco (wykres 1):

Wykres 1



Uczestnicy zajęć aktywizacyjnych w rozbiciu na gminy

Zajęcia aktywizacyjne cieszą się największą popularnością wśród osób wkraczających na rynek pracy. Dlatego też prawie 70% uczestników zajęć w ostatnim roku, to osoby do 25. roku życia.

Biorąc pod uwagę poziom wykształcenia, uczestnikami zajęć aktywizacyjnych, w badanym okresie, w zdecydowanej większości były osoby posiadające wykształcenie średnie.

Następna co do wielkości grupę stanowiły osoby z wykształceniem zasadniczym zawodowym. Mając na uwadze wykształcenie należy wskazać, iż osoby, które ukończyły szkołę podstawową, gimnazjalną czy wyższą brały udział w zajęciach rzadziej aniżeli osoby po szkole średniej i zawodowej.

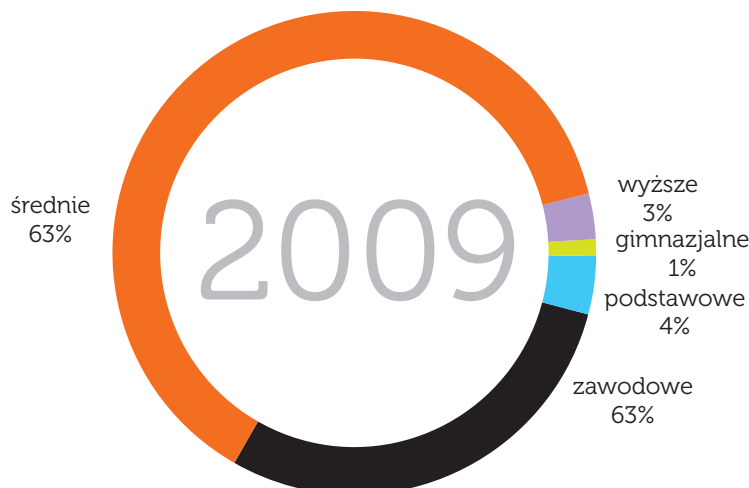
Procentowy udział uczestników z różnych grup wykształcenia przedstawia wykres 2.

Efektom przeprowadzonych zajęć była aktywizacja 39 osób, w tym:

- podjęcie zatrudnienia przez 14 osób (11 osób podjęło pracę we własnym zakresie, 2 osoby podjęły pracę w ramach prac interwencyjnych, 1 osoba rozpoczęła działalność gospodarczą);
- podjęcie stażu przez 25 osób.

W porównaniu do analogicznego okresu roku 2008 (stan na 31 grudnia), rok 2009 przyniósł wzrost liczby uczestników zajęć aktywizacyjnych ze 131 w 2008 roku do 152 osób w roku 2009.

Wykres 2



Uczestnicy zajęć aktywizacyjnych w rozbiciu na poziom wykształcenia



Tekst: Anna Grusza
WUP w Białymstoku
kontakt z autorem:
anna.grusza
@wup.wrotapodlasia.pl

INFORMACJA W ZASIĘGU INTERNETU

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych poprzez rozwiązania informatyczne stanowi przejrzyste i łatwo dostępne źródło danych nie tylko dla naukowców, projektodawców czy pracodawców, ale także dla pracowników, osób poszukujących pracy i wykształcenia oraz dla młodzieży.

Badanie potrzeb informacyjnych zlecone przez Wojewódzki Urząd Pracy wykazało, że preferowaną przez respondentów formą prezentowania wyników pracy Obserwatorium jest forma skondensowana, z możliwością samodzielnego zgłębiania danych źródłowych. Dużą wagę przywiązywano również do możliwości korzystania z danych i wyników badań bez ograniczeń. Efektywny portal informacyjny, jako podstawowy kanał komunikacji, zapewnia przejrzystość oraz łatwy dostęp do zawartości strony.

Zrealizowano już wiele projektów, które obfitowały w ciekawe badania i analizy, jednakże zginęły one

w natłoku i chaosie informacji. Rozproszone są w wielu miejscach, w różnej formie – elektronicznej i papierowej – zalegają na półkach nieczytane lub tylko przejrzane z powodu swojej dużej objętości. Dlatego też nawiązywana jest współpraca z ośrodkami prowadzącymi badania w celu kumulowania opracowań w jednym miejscu.

Portal informacyjny

Strona internetowa Obserwatorium (www.obserwatorium.up.podlasie.pl) zawiera repozytorium danych dotyczących badań prowadzonych przez Obserwatorium oraz podmioty zewnętrzne (lewa część strony). Obserwatorium nawiązuje współpracę z różnymi ośrodkami naukowymi, edukacyjnymi i społecznymi, które prowadzą badania we własnym zakresie lub których działalność związana jest z danymi pozyskiwanymi regionalnie. Celem tej współpracy jest wymiana >>>

Przydatne adresy internetowe:
www.obserwatorium.up.podlasie.pl





informacji dotyczącej aktualnej sytuacji gospodarczej, sytuacji na rynku pracy, w edukacji i nauce województwa podlaskiego, a także aktualnych zjawisk gospodarczych i społecznych o zasięgu krajowym i globalnym, mających wpływ na sytuację społeczno-gospodarczą województwa podlaskiego.

W zakładce **Analiza, Badania, Prognozy Projektowe** można znaleźć opracowania w ramach PORP i PG w układzie chronologicznym, natomiast w zakładce **Analiza, Badania, Prognozy Zewnętrzne** – opracowania innych podmiotów zajmujących się badaniami.

W części prawej strony internetowej zakładka **Media o Sytuacji w regionie** prezentuje bieżące informacje z prasy i radia o sytuacji gospodarczej oraz na rynku pracy województwa podlaskiego. Kliknięcie na zakładkę **Statystyki i Analizy WUP** pozwala zapoznać się z danymi dotyczącymi stopy bezrobocia w województwie i w poszczególnych powiatach. Dzięki temu można przeanalizować i wykorzystać szczegółowe dane liczbowe i procentowe.

Produkty Obserwatorium

Tematy będące przedmiotem badań lub dane zostały podzielone na tzw. produkty Obserwatorium. Każdy z nich przedstawiony jest pod zakładką o tej samej nazwie.

Indykatory Podlaskiej Gospodarki – tutaj zamieszczony został hasłowo i tabelarycznie zestaw podstawowych wskaźników charakteryzujących zmiany zachodzące w gospodarce województwa podlaskiego. Celem tego produktu jest bieżące prezentowanie najważniejszych informacji statystycznych, charakteryzujących sytuację społeczno-gospodarczą województwa.

Obserwator Gospodarczy Podlasia – co kwartał publikowany jest informator o sytuacji społecznej i gospodarczej woj. podlaskiego, przygotowywany w formie komentarza eksperckiego na podstawie indykatorów. Opracowanie wykonane przez ekspertów

z dziedziny ekonomii, gospodarki i rynku pracy zawiera analizę rynku pracy, sytuacji demograficznej, atrakcyjności regionu, ocenę wyników gospodarczych i kondycji przedsiębiorstw na terenie województwa wraz z prognozą rozwoju sytuacji na najbliższy okres oraz ocenę innych istotnych zmian.

Kluczowe Sektory Województwa Podlaskiego

– produkt ten zawiera raporty z badań prowadzonych na zlecenie Wojewódzkiego Urzędu Pracy. Badania są wykonywane cyklicznie i obejmują poszczególne branże istotne dla gospodarki województwa obejmujące np.: sektor turystyczny czy sektor spożywczy. Efektem badań są raporty w formie elektronicznej, dostępne bezpośrednio na stronie internetowej.

Raporty mają stanowić pomocnicze narzędzie w podejmowaniu decyzji strategicznych i taktycznych dla przedsiębiorstw oraz instytucji powiązanych z danym sektorem, a także dla władz regionalnych. Wyniki zawartych w nich badań mogą zaważyć na decyzjach inwestycyjnych, marketingowych czy dotyczących polityki personalnej.

Analizy przeprowadzone dla poszczególnych sektorów, uwzględniające rynek pracy, są wartościowe dla szerokiego grona uczestników rynku pracy. Skorzystają z nich przedsiębiorcy, ponieważ dla tej grupy istotna jest sytuacja danej branży ze szczególnym uwzględnieniem informacji o rynku pracy. Informacje są ważne również dla instytucji edukacyjnych, takich jak szkoły średnie i wyższe, które są zainteresowane wskazówkami, w jakich kierunkach kształcić, jakie zmiany wprowadzić w programach nauczania, gdzie kierować na staże absolwentów, jakie prace dyplomowe powinny być pisane. Na ich podstawie te instytucje mogą przygotować szkolenia o odpowiedniej tematyce, liczbie, w wybranych powiatach – zgodnie z zapotrzebowaniem. Projektodawcy, pisząc wnioski, również mogą się oprzeć na przeprowadzonych wynikach badań. Uczniowie i studenci uzyskają pomoc w określeniu kierunku kształcenia i rozwoju zawodowego, otrzymując



bieżące informacje o sytuacji w danej branży, perspektywach rozwoju, a także płacach.

Poszukujący pracy mogą sprawdzić zapotrzebowanie na pracę, szkolenia z danego sektora, perspektywy rozwoju danego sektora, a zatrudnieni w danej branży wnioskować, gdzie przewidywane są redukcje i jaki jest poziom wynagrodzenia.

Startery Podlaskiej Gospodarki zawierają raporty z badań sektorów, które mają szansę rozwinąć się w przyszłości, takich jak np. sektor rehabilitacji geriatrycznej czy sektor producentów artykułów i sprzętu medycznego. W raportach znajduje się analiza gospodarczych obszarów wzrostu i innowacji województwa podlaskiego oraz trendy koniunkturalne w gospodarce, stanowiące wyznacznik dla jej dynamicznego rozwoju.

Podlaski Absolwent – zawartość tej zakładki to raporty z badań absolwentów z różnych poziomów kształcenia i profili szkół ponadgimnazjalnych i wyższych. Celem badań jest określenie losów zawodowych absolwentów z wyszczególnieniem osób kontynuujących naukę według zawodu lub specjalności, osób zatrudnionych zgodnie lub niezgodnie z wykształceniem, osób bezrobotnych, a także przeprowadzenie analizy zatrudnienia absolwentów z uwzględnieniem sposobu uzyskania pracy, formy zatrudnienia, zgodności zatrudnienia z wyuczonym zawodem, specjalnością oraz ocena kompetencji absolwentów uwzględniająca przygotowanie praktyczne do pracy zawodowej. Cele szczegółowe badań obejmują określenie ścieżki zawodowej absolwentów szkół ponadgimnazjalnych, uzyskanie odpowiedzi na pytanie, w jakim zakresie szkoły przygotowują do pracy w zawodzie, określenie jakie kwalifikacje i dodatkowe umiejętności mogą być przydatne absolwentom na rynku pracy, wyłonienie głównych trudności związanych z poszukiwaniem i pozyskaniem pracy przez absolwentów, poznanie ich aspiracji dotyczących pracy oraz czynników decydujących o jej wyborze. Zawarta jest również analiza sposobów poszukiwania pracy.

Dane w raportach są potrzebne szkołom i uczelniom, aby doskonalić ofertę edukacyjną poprzez dostosowanie do wymagań rynku oraz podnosić jakość kształcenia, a jednocześnie weryfikować przyjętą w organizacji strategię działania. Skorzystają również pracodawcy poszukujący pracowników poprzez analizę dostępności siły roboczej według kierunków kształcenia.

Informacja o losach absolwentów, zwłaszcza tych bezrobotnych, umożliwi urzędowi pracy kierunkowe działania w stosunku do organizatorów procesu kształcenia oraz przyszłych pracodawców, a także ukierunkowanie systemu doksztalcania zawodowego i przekwalifikowywania w przypadku braku ofert pracy dla absolwentów danej grupy. Mieszkańcy województwa pozyskają dodatkowe informacje pozwalające na świadomy i racjonalny wybór kierunku kształcenia, co jest istotne dla przyszłych uczniów i studentów.

Podlaska Mapa Zawodów i Kwalifikacji (wraz z wykazem zawodów deficytowych i nadwyżkowych) zawiera raport, który ma na celu ustalenie prawidłowości w kształtowaniu się zapotrzebowania na poszczególne zawody i oczekiwane kwalifikacje. W ramach realizacji tego celu przeprowadzany jest monitoring rynku pracy, aby określić zapotrzebowanie na zawody, na lokalnym i regionalnym rynku pracy. Efektem tych badań jest opracowanie mapy zawodów i kwalifikacji, wraz ze wskazaniem zawodów deficytowych i nadwyżkowych. Podlaska Mapa Zawodów i Kwalifikacji jest dobrą bazą informacji o kierunkach kształcenia zarówno na szczeblu średnim, jak i wyższym. Potencjalnymi grupami odbiorców są mieszkańcy województwa, instytucje administracji rządowej, przedsiębiorstwa, uczelnie i szkoły ponadgimnazjalne. Badania opierają się na monitoringu rynku pracy w celu określenia oczekiwań pracodawców odnośnie kompetencji zawodowych. Prowadzone są badania osób pozostających bez pracy w celu określenia podaży zawodów. Obserwowane są także prasowe i internetowe oferty pracy w celu określenia popytu na zawody.

Wkrótce pojawią się na stronie internetowej **Zawody Przyszłości** przeznaczone do prognozowania zapotrzebowania na zawody i kwalifikacje, jakie pojawi się w kolejnych latach. Produkt ten określi zawody i kompetencje najbardziej poszukiwane obecnie na rynku światowym, co będzie miało odzwierciedlenie na rynku podlaskim za pięć do dziesięciu lat. Produkt **Podlaski Monitor Płac** będzie zawierać dane o płacach w różnych zawodach i na różnych stanowiskach w województwie, a **Podlaska Mapa Kształcenia** pozwoli na wyszukiwanie, według wielu kryteriów, placówek edukacyjnych i kierunków kształcenia prowadzonych na terenie województwa. Tak obszerny zakres informacji pozwala mieć nadzieję, że wielu użytkowników portalu wykorzysta je, co z pewnością przeloży się na racjonalny, oparty na wiedzy rozwój naszego regionu.

Klucz do sukcesu – CV i list motywacyjny

CZY MOŻNA DOBRZE
ZAREKLAMOWAĆ SIĘ
NA PAPIERZE?

Opracowała:
Magdalena Rozmus

Przewodnim tematem tego Biuletynu są procesy i mechanizmy rekrutacji. Elementem, który rozpoczyna tę procedurę są listy motywacyjne i CV, które przysyłamy naszemu potencjalnemu pracodawcy. To na ich podstawie jesteśmy zapraszani na rozmowę kwalifikacyjną. Na ich podstawie nasza kandydatura bywa też odrzucana. Najczęściej na hasło CV – otwieramy zapisaną w „ulubionych” zakładkę w internecie i wypełniamy gotowy arkusz. Z hasłem list motywacyjny jest jeszcze gorzej – rozkładamy bezradnie ręce nie mając pojęcia co właściwie napisać...

Oto kilka wskazówek, jak dobrze sprzedać swoją kandydaturę na papierze – jeszcze zanim będziemy mieli na żywo okazję spotkać się z naszym przyszłym pracodawcą.

Dobrze sprzedać siebie

Listu motywacyjnego wymagają niemal wszyscy pracodawcy i nie należy liczyć, że tym razem nam się upiecze. Generalnie musi on odpowiadać na dwa pytania:

Dlaczego starasz się o pracę w danej firmie?

Dlaczego właśnie Ciebie powinni zatrudnić?

Po co piszemy list motywacyjny? Generalnie tylko po to, żeby pracodawca sięgnął po nasze CV, a w konsekwencji oczywiście rozważył również naszą kandydaturę!

Odpowiadając w liście na dwa przedstawione wyżej pytania nie powtarzaj informacji, które zawrzesz w CV – czytanie tego samego jest nudne i będzie świadczyć o braku Twojej kreatywności. Nie podawaj więc dokładnie, jakie ukończyłeś szkoły ani nie referuj dotychczasowego stażu pracy, ale wyciągnij ze swoich doświadczeń to, co może uczynić Cię przydatnym na stanowisku. W CV podasz fakty, a list jest okazją, aby napisać coś o sobie.

Statystyki sporządzone przez zawodowych rekruterów wskazują, że największe szanse na przeczytanie mają listy, które zamykają się w trzech akapitach.

W pierwszym podajemy przyczynę napisania listu z punktu widzenia odbiorcy i wymieniamy korzyści jakie może odnieść. Przykładowo możemy zacząć „*W załączonym CV przeczytacie państwo o...*”, „*Wasze ogłoszenie było bardzo interesujące...*” lub po prostu „*Wasze dotychczasowe osiągnięcia...*” Pracodawcy zawsze będą zainteresowani tym, co może się zdarzyć, jeżeli zdecydują się Ciebie zatrudnić. Szansą na przedstawienie tych cech, które spełnią ich oczekiwania lub zapadną w pamięć, jest akapit drugi. To w tym miejscu piszemy „*Jako specjalista biegle władam językiem angielskim...*” czy też „*Obsługa klientów była głównym kierunkiem, w jakim rozwijałem swoją karierę zawodową...*”. Trzeci akapit powinien być prośbą o rozmowę kwalifikacyjną. Piszemy w nim np. o „*możliwości porozmawiania...*”, „*okazji do porozmawiania...*” czy „*szansie na spotkanie z Panem...*”. I w końcu na koniec podkreślamy chęć utrzymania kontaktu – skłaniamy czytającego do podjęcia konkretnych działań pisząc „*Będę oczekiwać Państwa odpowiedzi.*”. List motywacyjny powinien być zwięzły, logiczny i oczywiście bez błędów językowych. Poza tym powinien być zawsze estetycznie rozplanowany, najlepiej wydrukowany i ręcznie podpisany wyraźnym imieniem i nazwiskiem. Nigdy nie powinniśmy przedstawiać pracodawcy kserokopii listu motywacyjnego! Dokumenty przedstawiane pracodawcy możemy włożyć w foliowe okładki. Nie należy ich zginać! Nawet jeżeli istnieje konieczność wysłania ich pocztą powinny zostać umieszczone w twardej kopercie. Układając je dobrze przestrzegając następującej kolejności:

list motywacyjny; curriculum vitae; kopie świadectw i dyplomów; inne zaświadczenia.

Motywacja pracodawcy proszącego o przedstawienie listu jest prosta – jeżeli ktoś umie dobrze sprzedać siebie, to z pewnością będzie równie skutecznie sprzedawał oferowany przez firmę produkt.

Każde napisane CV jest naszą wizytówką

Curriculum vitae (termin pochodzi z łaciny i oznacza *przebieg życia*, zamiennie używamy też terminu *resume*) to nic innego, jak krótki życiorys, którego następstwem jest zaproszenie na rozmowę kwalifikacyjną. Jeżeli znajdziesz się na liście kandydatów zaproszonych na spotkanie oznacza to, że CV spełniło swoje zadanie.

Tradycyjnie CV dzielą się na te w typie anglosaskim, gdzie najważniejsze jest zachowanie formy i te w typie francuskim, gdzie formalna budowa i kompozycja mają drugorzędne znaczenie, bo bezwzględny wymogiem jest napisanie życiorysu ręcznie. Dziś w dobie komputerów większość życiorysów ma charakter wydruku zakończony (choć nie jest to wymogiem) naszym ręcznym podpisem. Stąd też specjaliści wskazują obecnie na inny podział CV – w typie europejskim (rozbudowane i bardziej szczegółowe, stosowniejsze dla osób młodych, absolwentów różnych szkół, o niewielkim doświadczeniu zawodowym) i w typie amerykańskim (zwięzłe, przedstawiające przede wszystkim przebieg kariery zawodowej, podkreślające zawodowe doświadczenie. Sprawdzają się w przypadku pracowników o znacznym doświadczeniu i pracy na różnych stanowiskach).

Zadaniem życiorysu jest przekonanie Twojego potencjalnego pracodawcy, że powinien się z Tobą spotkać. Jeśli to, co zobaczy, spodoba mu się – zaprosi Cię na rozmowę. Jeśli nie, oboje zaoszczędzicie swój czas. Nasz wizerunek i pierwsze wrażenie przy obecnym rozwoju rynku pracy ma kluczowe znaczenie. Twoje CV to Twoje pierwsze wrażenie.

Napisanie życiorysu nie należy do najtrudniejszych zadań, ale powinno zostać dobrze przemyślane i zaplanowane. Przede wszystkim w życiorysie stosujemy krótkie i proste zdania – w ten sposób nasze CV będzie się łatwiej czytało. To ważna cecha dokumentu, który będzie przeglądany z setką innych, podobnych. Długie i wielokrotnie złożone zdania zniechęcą rekrutera. Dyskwalifikuje nas też każdy popełniony błąd! Błędy, zwłaszcza ortograficzne, sprawiają, że jesteśmy odbierani jako: leniwi, nie dbający o szczegóły, a w konsekwencji sprawiają wrażenie, że wcale nie chcemy tej pracy i nie możemy reprezentować tej firmy – marnujemy czas rekrutera.

Życiorys nie powinien przekraczać dwóch stron papieru A4 – nawet przy bogatym doświadczeniu zawodowym, a najlepiej jeśli zmieści się na jednej stronie. Treść ma oczywiście największe znaczenie, ale liczy się również estetyka. Układ graficzny powinien być tak dobrany, aby nasze CV było czytelne. Ma świadczyć dodatkowo o tym, że znamy logikę budowy dokumentu, ale nie o tym, że jesteśmy mistrzami w wypełnianiu gotowych arkuszy zamieszczonych na stronie www. Zawsze staraj się zachować sporo światła, czyli niezapisanych miejsc – nie zagęszczaj tekstu bez potrzeby.

Twoje CV jest jak Twoja wizytówka dlatego wydrukuj je na najlepszym dostępnym Ci papierze. Zasada

ta dotyczy również listu motywacyjnego i koperty. Specjaliści dodają, że CV powinno pasować do ubrania, w którym przyjdiesz na spotkanie w sprawie pracy. Sprawdza się też zasada, że im więcej napiszesz, tym więcej dasz komuś powodów by zrezygnował z Twojej kandydatury, dlatego osobie selekcyjnej nie musisz opowiadać o sobie wszystkiego. CV zazwyczaj jest szkicem Twojej przyszłej rozmowy kwalifikacyjnej. W Twoim interesie leży zamieszczenie jedynie pozytywnych informacji, aby późniejszą rozmowę rozpocząć od przedstawienia tego, czym chętnie się pochwalisz. Tzw. wady powinniśmy zostawić na później – lepszym momentem na ich przedstawienie jest rozmowa kwalifikacyjna niż życiorys. Na spotkaniu mamy możliwość obrony, papier sam się nie obroni. Prawda i tylko prawda – wszystko, co piszesz, musi być prawdziwe i możliwe do sprawdzenia. Jeżeli nie będziesz w stanie porozmawiać na temat jakiegokolwiek punktu zamieszczonego w CV w oczach rekrutera będziesz stracony. Nie tylko tracisz wiarygodność, ale i szansę na pracę.

Jeżeli pracodawca tego nie wymaga, nie załączaj do życiorysu referencji. Można posłużyć się formułą „*referencje dostępne na życzenie*”. Pamiętaj, że nie znasz dokładnych oczekiwań pracodawcy, zanim się z nim osobiście nie spotkasz. CV ma przygotować grunt pod rozmowę kwalifikacyjną, a wszelkie negatywne informacje spowodują tylko dodatkowe pytania. Życiorys powinien informować tylko o tym, co stawia Cię w korzystnym świetle. Warto przy jego pisaniu zastanowić się, które szczegóły lepiej pominąć. Fakty, które eksperci proponują pominąć przy pisaniu CV to:

- niezdane egzaminy;
- zdrowie, jeśli nie jest najlepsze;
- poważne choroby, zarówno fizyczne, jak i psychiczne;
- pierwsze posady, które nie mają nic wspólnego z twoimi obecnymi planami zawodowymi;
- przyczyny odejścia z pracy;
- zatrudnienie trwające krócej niż rok;
- daty uzyskania kwalifikacji;
- wiek dzieci;
- stan cywilny;
- dorosłe dzieci;
- okres przebywania w więzieniu;
- przynależność w przeszłości do związków zawodowych;
- niebezpieczne lub inne zainteresowania, np. parolotnictwo;
- zapatrywania polityczne;
- wysokość obecnej pensji i przywileje pracownicze;
- referencje;
- ambicje/cele zawodowe, chyba że dopiero ukończyłeś szkołę;
- wszystko, co sprawia, że zrobisz wrażenie osoby dziwacznej.

Twoje CV musi spełniać trzy podstawowe kryteria: podkreślić Twoją wartość dla potencjalnego zwierzchnika, przyczynić się do tego, by doszło do rozmowy kwalifikacyjnej i stanowić bazę danych w przyszłej rozmowie. Pisząc życiorys, kieruj się więc zasadą *oto co chcę Wam powiedzieć – o reszcie musicie dowiedzieć się sami!*

Przydatne adresy internetowe:
www.obserwatorium.up.podlasie.pl



Statystyki



SYTUACJA NA PODLASKIM RYNKU PRACY W 2009 ROKU



Tekst: Dominika M. Karpowicz
WUP w Białymstoku
kontakt z autorem:
dominika.karpowicz
@wup.wrotapodlasia.pl

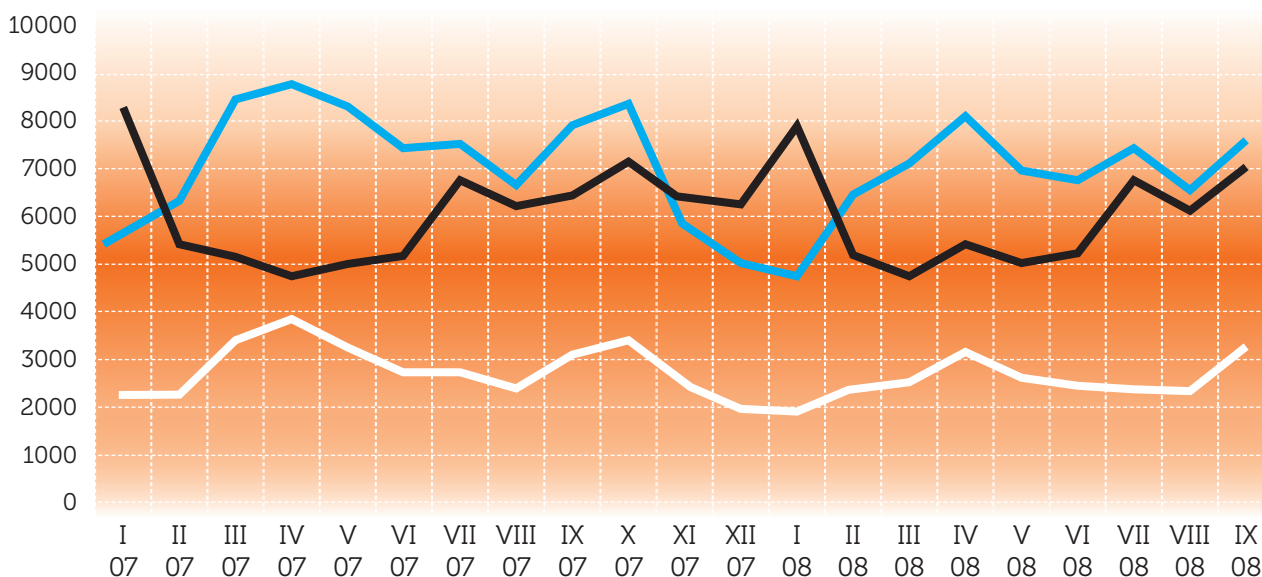
Od kilku lat obserwowaliśmy w województwie podlaskim spadek poziomu bezrobocia. Już w 2008 roku widoczne było spowolnienie tempa tych korzystnych zmian na rynku pracy, natomiast rok 2009 był okresem znacznego wzrostu bezrobocia. Spadło również zatrudnienie.

W końcu grudnia 2009 roku w urzędach pracy woj. podlaskiego zarejestrowanych było **61,2 tys. bezrobotnych** i 1,2 tys. osób poszukujących pracy. Bezrobotni stanowili **12,6% ludności aktywnej zawodowo**. Od początku roku bezrobocie wzrosło o 15,3 tys. osób (o 33,5%). Wzrosła również stopa bezrobocia – o 2,9 punktu. Województwo podlaskie w poprzednich latach należało do tych o najniższej stopie bezrobocia i na tle kraju prezentowało się bardzo korzystnie, natomiast obecnie wartości tego wskaźnika przewyższają średnią krajową o 0,7 punktu proc., co plasuje na-

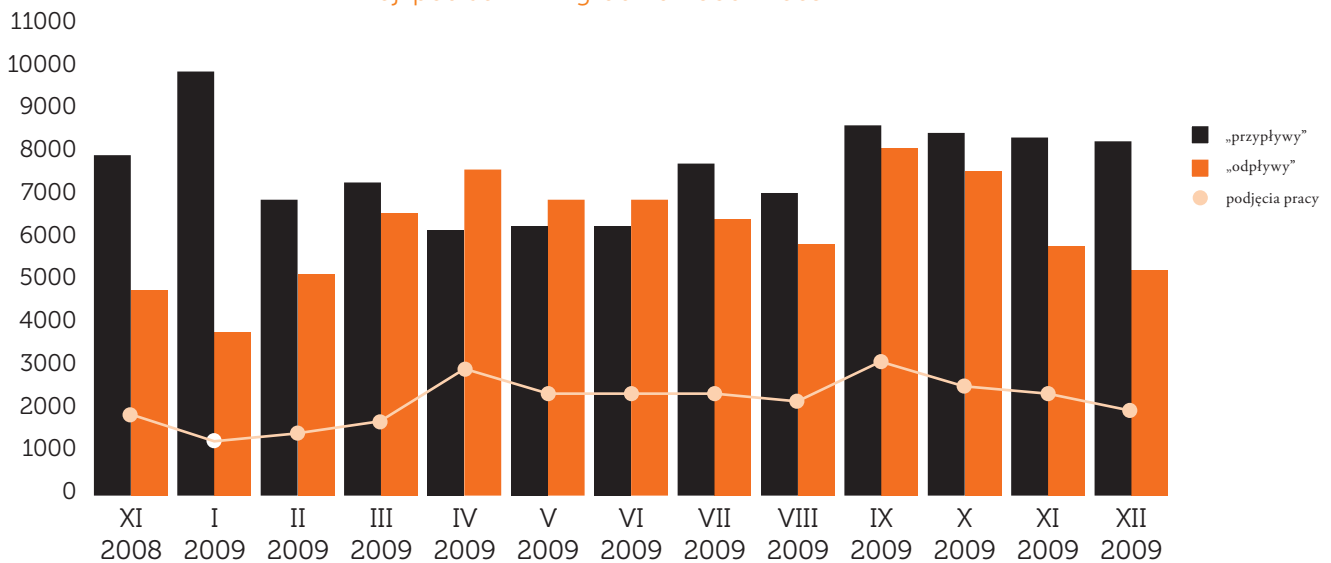
szym województwo na 8 miejscu w kraju. Pozytywnym zjawiskiem jest utrzymywanie się w miarę wysokiego wskaźnika zatrudnienia: dla woj. podlaskiego wynosił on w III kwartale 2009 roku 52,3% i przewyższał średnią krajową o 1,4 punktu proc. (w IV kwartale 2008 r. – o 0,4 punktu).

W okresie styczeń – listopad przeciętne zatrudnienie w sektorze przedsiębiorstw kształtowało się na poziomie 97,7 tys. osób, tj. o 2,2% niższym od zanotowanego rok wcześniej (w skali kraju nastąpił spadek tego wskaźnika o 1,2%). Spadek przeciętnego zatrudnienia w większym stopniu dotknął sektora publicznego. Przeciętne zatrudnienie w sektorze publicznym wynosiło 10,2 tys. osób i było o 6,6% mniejsze niż w analogicznym okresie 2008, zaś w sektorze prywatnym osiągnęło poziom 87,5 tys. osób, czyli o 1,6% niższy niż rok wcześniej.

- „przyptywy”
- „odptywy”
- podjęcia pracy



Bezrobotni nowo zarejestrowani (przyptywy) i wyrejestrowani (odptywy) w woj. podlaskim w grudniu 2008 i 2009 r.



Zmiany w poziomie bezrobocia

W 2009 roku urzędy pracy zarejestrowały wzmożony napływ nowych osób poszukujących pracy. W ciągu roku w urzędach pracy zarejestrowało się **91 tys. nowych bezrobotnych**, to jest aż o 15,4 tys. osób więcej niż w roku poprzednim. Jednocześnie mniej osób opuściło rejestry bezrobotnych – 75,6 tys. (przed rokiem – 78,5 tys. osób).

Wzrost bezrobocia w głównej mierze spowodowany był powrotami do bezrobocia, których przyczyn należy się dopatrywać w zakończeniu umów na czas określony, nieznalezieniu zatrudnienia po zakończeniu prac sezonowych oraz w zwolnieniach grupowych czy rejestracji po powrocie z zatrudnienia za granicą. Część bezrobotnych rejestruje się kolejny raz po to, aby mieć ubezpieczenie zdrowotne lub żeby być w rejestrze osób bezrobotnych dla celów pomocy społecznej.

Kolejną przyczyną wzrostu bezrobocia był spadek aktywności samych bezrobotnych. W ciągu całego 2009 roku **pracę podjęło 26,9 tys. bezrobotnych**, czyli o 1,6 tys. osób mniej niż w roku poprzednim. O ile w 2008 roku praca niesubsydiowana stanowiła aż 80,3%, to w kolejnym roku było to tylko 75,8%. Natomiast zatrudnienie wspierane z Funduszu Pracy pozostało na zbliżonym poziomie, co przed rokiem (5,8 tys. osób w 2009 r. wobec 5,9 tys. osób 2008 r.).

Mniejsza aktywność bezrobotnych w podejmowaniu pracy spowodowana była w znacznej mierze mniejszą liczbą dostępnych ofert pracy. W 2009 roku podlascy **pracodawcy zgłosili 22,3 tys. propozycji zatrudnienia**, z których jednocześnie 67% było subsydiowanych ze środków publicznych. Natomiast w 2008 roku do urzędów pracy wpłynęło 26,5 tys. ofert pracy, z czego oferty pracy subsydiowanej stanowiły niespełna 48%.

Struktura bezrobocia

W minionym roku struktura płci bezrobotnych rozkładała się korzystniej dla kobiet. Stanowiły one 46%

ogółu bezrobotnych wobec 54-procentowego udziału mężczyzn.

Mimo, iż Podlasie jest regionem typowo rolniczym, a odsetek pracujących w sektorze rolniczym ponad dwukrotnie wyższy niż średnia krajowa (39,9% wobec 15,3%), w **rejestrach urzędów pracy przeważają mieszkańcy miast (66,6%)**. Sytuacja taka związana jest przede wszystkim z nadwyżką rąk do pracy w gospodarstwach rolnych i ograniczeniami prawnymi przy rejestracji w urzędach pracy, dotyczącymi posiadaczy gospodarstw rolnych. W 2009 roku dysproporcja ta uległa jeszcze pogłębieniu, a odsetek bezrobotnych na wsi zmniejszył się o 2 punkty procentowe.

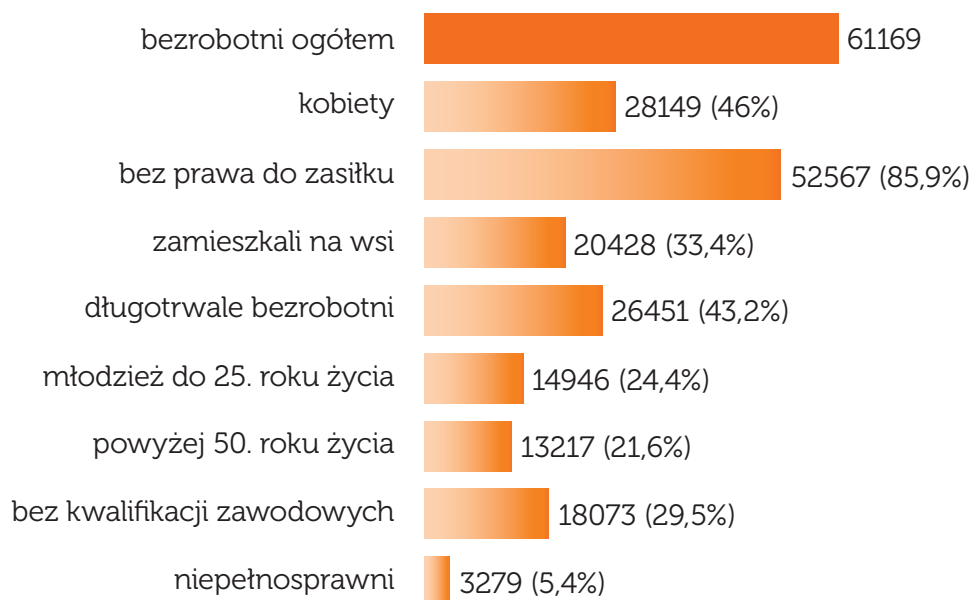
Bezrobocie wzrasta szybciej w miastach niż na wsi. Prawdopodobnie przyczyną tego stanu rzeczy jest fakt, iż w czasie największego wzrostu gospodarczego w miastach powstawało najwięcej miejsc pracy, przed kryzysem w miastach był największy przerost zatrudnienia, więc firmy z dużych miast są aktualnie zmuszone bardziej zredukować zatrudnienie, aby ograniczyć koszty.

Ludzie młodzi stają się ponownie jedną z najważniejszych grup ryzyka zatrudnieniowego. Głównym czynnikiem, determinującym bezrobocie wśród młodzieży, jest niedostosowanie kierunków kształcenia do potrzeb lokalnego rynku pracy, brak odpowiednich praktyk zawodowych na poziomie gwarantującym zatrudnienie, a przede wszystkim niedostatek miejsc pracy na regionalnym rynku. W końcu 2009 roku w ewidencji urzędów pracy woj. podlaskiego **zarejestrowanych było 14,9 tys. osób bezrobotnych do 25. roku życia (24,4% ogółu bezrobotnych)**. W ciągu minionego roku liczebność bezrobotnej młodzieży do 25. roku życia wzrosła o 4,8 tys. osób, tj. o 47% (przy ogólnym wzroście bezrobocia o 33,5%), natomiast jej udział w ogólnej zbiorowości bezrobotnych zwiększył się o 2,4 punktu proc.

W dalszym ciągu znacznym problemem regionalnego rynku pracy jest też bezrobocie w grupie osób powyżej 50. roku życia, a więc osób pozostających jeszcze w wieku aktywności zawodowej, które są zdolne do pracy i powinny pracować, jednak z różnych przyczyn >>>



Wybrane kategorie bezrobotnych w woj. podlaskim (wg stanu na koniec grudnia 2009 r.).



przechodzą w okres zbyt wczesnej dezaktywacji. W ciągu ostatniego roku **poziom bezrobocia osób w wieku powyżej 50. roku życia zwiększył się o 2,8 tys. do 13,2 tys. osób**, natomiast ich udział w ogólnej populacji zarejestrowanych bezrobotnych spadł. W końcu roku stanowiły one 21,6% ogółu zarejestrowanych bezrobotnych i wskaźnik ten był niższy niż przed rokiem o 1,2 punktu procentowego. Jest to efektem objęcia tej grupy bezrobotnych szeregiem aktywnych programów rynku pracy.

Nastąpiła jednak relatywna poprawa sytuacji długotrwale bezrobotnych. Pomimo iż w ciągu minionego roku liczba długotrwale bezrobotnych, tj. osób pozostających bez pracy ponad 12 m-cy (licząc łącznie w ciągu ostatnich 2 lat) wzrosła o 3,2 tys., to ich procentowy udział spadł o 7,6 punktu (do 43,2%). Problem długotrwałego bezrobocia w dalszym ciągu dotyczy przede wszystkim osób o niskich kwalifikacjach zawodowych oraz kobiet.

Jako osoby znajdujące się w szczególnej sytuacji, na podlaskim rynku pracy traktowani są również niepełnosprawni. W ewidencji urzędów pracy zarejestrowanych było w końcu 2009 roku **3,3 tys. bezrobotnych osób niepełnosprawnych**, tj. 5,4% ogółu. W ciągu ostatniego roku liczebność tej grupy bezrobotnych zwiększyła się o ponad 24% (o 0,6 tys. osób), natomiast procent osób niepełnosprawnych zmniejszył się o 0,4 punktu proc.

Wzrost bezrobocia w 2009 roku dotknął wszystkich kategorii bezrobotnych. Mimo zmniejszenia procentowego udziału w ogólnej zbiorowości bezrobotnych takich kategorii jak: kobiety, bezrobotni powyżej 50. roku życia, długotrwale bezrobotni czy mieszkańcy wsi, są to nadal grupy liczne i trudne do zaktywizowania. Grupy te zagrożone są bezrobociem strukturalnym, mają problemy z tym, aby samodzielnie poprawić swoją sytuację zawodową i znaleźć stałe zatrudnienie.

biuletyn informacyjny urzędów pracy województwa podlaskiego

Wydawca:

Wojewódzki Urząd Pracy
w Białymstoku

Redakcja:

Koordynator Projektu:

Izabela Soroka

Redaktor Biuletynu:

Magdalena Rozmus

Korekta:

Patrycja Tołłoczko

Teksty:

Anna Tarasiuk,
Dorota Frasunkiewicz,
Agata Jarząbek,
Anna Grusza,
Dominika M. Karpowicz,
Magdalena Rozmus

Projekt graficzny:

Konrad Smolarski

DTP:

Gutenberg On Line

Dane teleadresowe



Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

ul. Pogodna 22
15-354 Białystok
tel.: (85) 74 97 200
faks: (85) 74 97 209
www.up.podlasie.pl

Powiatowy Urząd Pracy w Augustowie

ul. Mickiewicza 2
16-300 Augustów
tel.: (87) 644 68 90
faks: (87) 643 58 03

Powiatowy Urząd Pracy w Białymstoku

ul. Sienkiewicza 82
15-005 Białystok
tel.: (85) 74 73 800
faks: (85) 74 73 861

Powiatowy Urząd Pracy w Bielsku Podlaskim

ul. 3 Maja 17
17-100 Bielsk Podlaski
tel.: (85) 833 27 00
faks: (85) 833 27 01

Powiatowy Urząd Pracy w Grajewie

ul. Strażacka 6a
19-200 Grajewo
tel.: (86) 261 30 13
faks: (86) 272 36 05

Powiatowy Urząd Pracy w Hajnówce

ul. Piłsudskiego 10a
17-200 Hajnówka
tel.: (85) 682 96 10
faks: (85) 682 96 11

Powiatowy Urząd Pracy w Kolnie

ul. Wojska Polskiego 46
18-500 Kolno
tel.: (86) 278 95 10
faks: (86) 278 95 14

Powiatowy Urząd Pracy w Łomży

ul. Nowogrodzka 1
18-400 Łomża
tel.: (86) 216 28 97
faks: (86) 216 34 92

Powiatowy Urząd Pracy w Mońkach

ul. Wyzwolenia 22
19-100 Mońki
tel.: (85) 727 87 10
faks: (85) 727 87 20

Powiatowy Urząd Pracy w Sejnach

ul. Łąkowa 26
16-500 Sejny
tel.: (87) 516 39 70
faks: (87) 516 33 75

Powiatowy Urząd Pracy w Siemiatyczach

ul. Leg. Piłsudskiego 3
17-300 Siemiatycze
tel.: (85) 656 60 13
faks: (85) 656 60 16

Powiatowy Urząd Pracy w Sokółce

ul. Kryńska 40
16-100 Sokółka
tel.: (85) 722 90 10
faks: (85) 722 90 11

Powiatowy Urząd Pracy w Suwałkach

ul. Kościuszki 71a
16-400 Suwałki
tel.: (87) 565 26 50
faks: (87) 565 26 89

Powiatowy Urząd Pracy w Wysokiem Mazowieckiem

ul. 1 Maja 8
18-200 Wysokie Mazowieckie
tel.: (86) 275 86 12
faks: (86) 275 86 13

Powiatowy Urząd Pracy w Zambrowie

ul. Fabryczna 3
18-300 Zambrów
tel.: (86) 270 82 10
faks: (86) 271 44 59

Projekt „Promocja Rynku Pracy” w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki

Projekt współfinansowany ze środków
Unii Europejskiej w ramach Europejskiego
Funduszu Społecznego

PUBLIKACJA BEZPŁATNA
NAKŁAD: 1200 EGZEMPLARZY



WOJEWÓDZKI URZĄD PRACY
W BIAŁYMSTOKU
ul. Pogodna 22
15-354 Białystok
tel.: (85) 74 97 200
faks: (85) 74 97 209
www.up.podlasie.pl

